



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**  
**CONSEJO ACADÉMICO**  
**RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 048 DE 2015**  
**(Abril 17)**

*Por la cual se aprueban las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización del programa de grado Mercadeo, de la Universidad de los Llanos.*

**EL CONSEJO ACADÉMICO**

En uso de sus atribuciones legales y reglamentarias, especialmente las conferidas por la Ley 30 de 1992, el Acuerdo N° 026 de 2000, el Acuerdo Superior N° 004 de 2009 y el Acuerdo Superior 012 de 2009, y

**CONSIDERANDO**

Que el Acuerdo Superior N° 007 de 2002, establece la organización y la estructura curricular de los programas académicos de grado de la Universidad de los Llanos y contempla entre las áreas de formación el Área de Profundización relacionada con las líneas de investigación.

Que el Acuerdo Académico N° 003 de 2011 establece los criterios para definir e impartir las líneas y los cursos que hacen parte del Área de Profundización de los programas de grado de la Universidad de los Llanos.

Que el Acuerdo Académico N° 003 de 2011, artículo 2 establece que las líneas de profundización serán aprobadas por el Consejo Académico, teniendo en cuenta el plan de estudios vigente del programa.

Que el Comité Curricular del Programa de grado de Mercadeo, presentó ante la Dirección Curricular las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización.

Que el Consejo de Facultad de Ciencias Economía en sesión ordinaria N° 007 del 18 de marzo de 2015, analizó y dio aval a las líneas de profundización de los programas de la Facultad.

Que el Consejo Académico en desarrollo de la Sesión Extraordinaria N° 013 del 21 de Abril de 2015, aprobó las líneas y los cursos y contenidos que hacen parte del área de profundización del programa de grado Mercadeo, programa adscrito a la Escuela de Administración y Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas.

Que en mérito de lo expuesto,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO 1. APROBAR** las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización del programa Mercadeo, según la siguiente descripción:



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**  
**CONSEJO ACADÉMICO**  
**RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 048 DE 2015**  
**(Abril 21)**

*Por la cual se aprueban las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización del programa de grado Mercadeo, de la Universidad de los Llanos.*

Programa: **Mercadeo**  
 Escuela: **de Administración y Negocios**  
 Período Académico: **I-2015**

Linea de Profundización N° 1. Nombre:		MERCADEO AGROINDUSTRIAL						
Objeto de estudio	Nombre de los cursos	N° de créditos	Profesor responsable del Área	Linea de Investigación relacionada	Grupos de investigación vigentes relacionados	Grupos de estudio vigentes relacionados	Cursos de posgrado relacionados	Producto esperado
Desarrollo de habilidades investigativas (en el estudiante) que le permitan identificar y formular problemas con el fin de proponer estrategias de mercadeo orientas a fortalecer el sector agroindustrial.	Curso I Origen(Contexto y sistemas actuales de Comercialización)	3	Martha Vargas	Crecimiento y desarrollo económico Orinoquense y mercadeo en las Mi pymes	Prospecta, empresa y territorio			Trabajos de Grado / Informes de visitas empresariales y la prácticas / Conversatorio / Artículo en revistas académicas no indexadas / Desarrollo de Investigación como estudiantes EPI
	Curso II Desarrollo de Valor (Agroindustria)	3						
	Curso III Agronegocios y empresa	3						
Linea de Profundización N° 2. Nombre:		MERCADEO DE SERVICIOS						
Objeto de estudio	Nombre de los cursos	N° de créditos	Profesor responsable del Área	Linea de Investigación relacionada	Grupos de investigación vigentes relacionados	Grupos de estudio vigentes relacionados	Cursos de posgrado relacionados	Producto esperado
Analizar las tendencias del conocimiento del mercadeo de servicios y la importancia del desarrollo de estos productos en la economía regional, nacional y mundial, que conduzcan a la academia a abrir espacios de reflexión e investigación para mejorar la competitividad del profesional y de las empresas.	Curso I La economía de los servicios	3	Héctor Rojas	Crecimiento y desarrollo económico Orinoquense y mercadeo en las Mi pymes	Prospecta, empresa y territorio	KUENE		Trabajos de Grado / Informes de visitas empresariales y la prácticas / Conversatorio / Artículo en revistas académicas no indexadas / Desarrollo de Investigación como estudiantes EPI
	Curso II Mercadeo y desarrollo de servicios	3						
	Curso III Mezcla de mercadeo del servicio	3						
Linea de Profundización N° 3. Nombre:		MERCADEO INTERNACIONAL						
Objeto de estudio	Nombre de los cursos	N° de créditos	Profesor responsable del Área	Linea de Investigación relacionada	Grupos de investigación vigentes relacionados	Grupos de estudio vigentes relacionados	Cursos de posgrado relacionados	Producto esperado
Desarrollar una cultura investigativa que permita a la academia brindar espacios de investigación y reflexión, que conduzcan al conocimiento de comportamiento de los mercados Nacionales e internacionales como también la internacionalización de las empresas que conllevan a la formulación de proyectos encaminados a atender dichos mercados.	Curso I Pre-Exportación	3	Cristina Otero	Crecimiento y desarrollo económico Orinoquense y mercadeo en las Mi pymes	Prospecta, empresa y territorio / Dinámicas de consumo	Mercadeo internacional		Propuesta de trabajo de grado / Informes de visitas empresariales y la prácticas / Desarrollo de Investigación como estudiantes EPI / Conversatorio / Artículo en revistas académicas no indexadas
	Curso II Proceso Importación y exportación	3						
	Curso III Post-Exportación Evaluación	3	Bianca Iris Pinilla					





**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**  
**CONSEJO ACADÉMICO**  
**RESOLUCIÓN ACADÉMICA N° 048 DE 2015**  
**(Abril 21)**

*Por la cual se aprueban las líneas y los cursos que hacen parte del área de profundización del programa de grado Mercadeo, de la Universidad de los Llanos.*

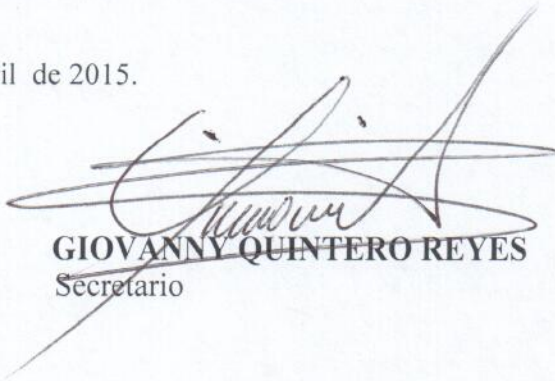
Línea de Profundización N° 4. Nombre:		DISEÑO Y DESARROLLO PUBLICITARIO						
Objeto de estudio	Nombre de los cursos	N° de créditos	Profesor responsable del Área	Línea de Investigación relacionada	Grupos de investigación vigentes relacionados	Grupos de estudio vigentes relacionados	Cursos de posgrado relacionados	Producto esperado
A partir del manejo de las herramientas del diseño y el desarrollo publicitario actuales genera en el estudiante criterios de análisis y evaluación de consumo de medios, imagen corporativa e investigación publicitaria, que respondan a las necesidades del contexto.	Curso I Diseño publicitario	3	Matilde Villamil	Crecimiento y desarrollo económico Orinoquense y mercadeo en las Mi pymes	Dinámicas de consumo	MARCATING		Propuesta de trabajo de grado / Informes de visitas empresariales y la prácticas / talleres, seminarios / Desarrollo de Investigación como estudiantes EPI / Artículo en revistas académicas no indexadas / Conversatorio / Propuesta de planificación de medios con análisis de distribución de presupuesto a una empresa real.
	Curso II Análisis de Medios	3	Jorge García					
	Curso III Gerencia de Publicidad	3						

**ARTICULO 2. ESTABLECER** que la presente Resolución Académica rige a partir de la fecha de expedición y por el término de 2 años.

**PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dada en Villavicencio, a los 21 días del mes de Abril de 2015.

  
**OSCAR DOMÍNGUEZ GONZÁLEZ**  
Presidente

  
**GIOVANNY QUINTERO REYES**  
Secretario

Proyectó: GloriaH  
Ajustó: DorisAToro  
Revisó: WCalderón